



**marmiton**  
**CUISINER REND HEUREUX !**

**MEDIAOBS**

# DU PHÉNOMÈNE MARMITON... AU PHÉNOMÈNE MARMITON MAGAZINE

UNE MARQUE MEDIA EMBLÉMATIQUE DE LA PRESSE FRANÇAISE

UNE  
DES  
PLUS  
GRANDES  
RÉUSSITES  
PRINT

5<sup>ème</sup> marque magazine française  
N°1 en audience et ventes kiosques  
de la presse cuisine

Audience  
**19 659 000** (ONE NEXT GLOBAL)  
**8 960 000** (ONE NEXT 2023 S1)  
**78 145** (ACPM DFP 2022)

2000  
Lancement de **Marmiton.org**  
leader des sites culinaires en France

2010  
lancement de  
**Marmiton Magazine**  
Trimestriel

2012  
Bimestriel

2018  
Nouvelle formule

2019  
**Mediaoobs**



marmiton

- Générationnel**  
le contenu, le ton, le style correspondent aux attentes d'un nouveau public
- Communautaire**  
une nouvelle génération s'y retrouve pour s'inspirer et partager
- Pratique**  
plein d'idées, d'infos, de suggestions et d'astuces. Des recettes fiables, claires et accessibles
- Coach**  
positif, dynamique, motivant, stimulant
- Généreux**  
le magazine qui offre le plus grand nombre de recettes
- Partisan d'une cuisine plaisir**  
plaisir de faire, de découvrir des nouveaux produits, de partager en famille ou entre amis
- Promesses fortes**  
simplifier le quotidien réenchanter l'ordinaire rechercher l'équilibre manger vrai, manger juste
- Contemporain**  
nouveaux produits, nouvelles tendances alimentaires, nouveaux modes de consommation
- Agréable à lire**  
une réalisation de qualité : mise en page, iconographie, photos, grammage supérieur du papier
- Moderne**  
une maquette qui répond aux nouveaux modes de lecture

## LA GÉNÉRATION FOOD-REVOLUTION

L'alimentation prend une nouvelle dimension et change de statut

### VISIBILITÉ GRANDISSANTE DE LA CUISINE

- Des modes et des tendances renouvelées : Fooding, bistronomie, street-food, végan....
- Les Chefs : Rock Stars de la scène culinaire
- La Télé Réalité Gastronomique omniprésente
- L'édition culinaire au Top : La Librairie Gourmande, ...

### NOUVELLES PRATIQUES ALIMENTAIRES VERS LE MIEUX-MANGER

- Envie de **naturalité**, de produits frais, de « fait maison ».  
Mieux manger au quotidien sans abandonner le plaisir
- Sens des Responsabilités** :  
Locavore, Bio, durable, équitable
- Vigilance Santé** : vs allergies, pesticides, OGM, additifs

Marmiton participe à la Food révolution avec une conviction : Cuisiner plus et frais pour manger mieux et vrai. Sans oublier le plaisir ni la convivialité.

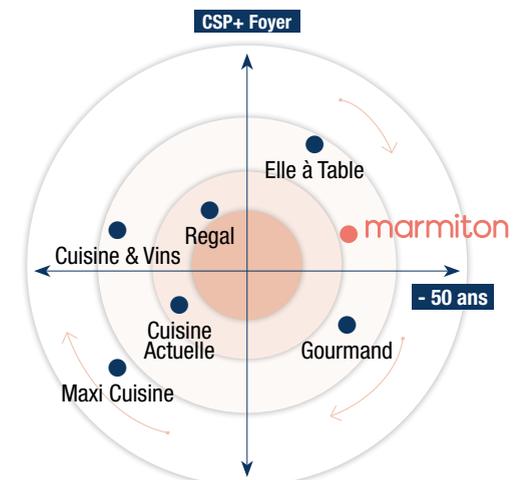
## LES « DIGITAL MUM » ONT LEUR MAGAZINE CUISINE

Profil dynamique • Mode de vie moderne



- Marmiton répond à une attente nouvelle, d'un public **sensible aux nouvelles tendances et pratiques alimentaires**
- Des femmes actives** (60% d'actifs), quadra, Jeunes couples avec enfants (35% avec enfants), **revenus moyens sup.**
- 42% des personnes** en contact avec la marque consultent Marmiton lors de leurs achats
- Les **bons produits au bon moment**, pour plus de qualité et d'achats malins
- Une **consommation diversifiée** entre Grandes Surfaces, drive, e-commerce, Producteurs et circuits courts, ...
- Une consommation moderne de **plaisir et de découverte**

- Nouvelles technologies (**la plus forte pratique internet quotidienne**) : site Marmiton, Food-Tech, applis d'évaluation de produits alimentaires, e-commerce local...
- Sa consommation de produits et de media **mélange on et off-line**
- Curiosité, Sensibilité aux tendances et à la nouveauté**, Envie de découverte
- Une **communauté** qui se parle, qui échange, qui partage des informations et des recommandations ...



## PROFILS



Femmes, 25-49 ans



Actifs, Foyer AB



Foodistas



Éco-responsables





## LES ESSENTIELS



- Des performances « record »
- Plébiscité et récompensé par la profession
  - Prix Trophée Magazines Maison de la Presse 2018
  - Prix Relay des Magazines de l'Année 2016
- Un nouveau public exclusif dans la presse cuisine
- Un lectorat jeune, actif, familial, consommateur, moderne
- Des valeurs porteuses de la Food-Revolution
  - Plaisir, Innovation, Convivialité, Eco-responsabilité, exigence de qualité

### POLE FOOD

Corinne Rougé  
01 44 88 93 70  
crouge@mediaobs.com

Sandrine Kirchthaler  
01 44 88 89 22  
skirchthaler@mediaobs.com

Jean-Benoit Robert  
01 44 88 97 79  
jbrobert@mediaobs.com

Alexandra Horsin  
01 44 88 89 12  
ahorsin@mediaobs.com

Tanguy Lafargue  
01 44 88 89 15  
tlafargue@mediaobs.com

